浅谈广播节目在新媒体环境下的互动需求

摘 要：随着经济、科学等多方面的不断深入发展，我国各方面实力不断加强，互联网时代的到来为人们带来了很多便利。我们生活在这个信息时代，每天通过各种渠道获得多方面的信息，最常见的就是通过广播节目、新闻报纸、手机微博、微信、QQ 等来获取自己感兴趣的内容，广播节目作为一种广泛存在的形式，一直深受人们喜爱，并且一直在不断发展和创新。在新媒体环境下，如何提高广播节目的互动需求，是媒体人面对的一个难题。本文简要地分析和探讨了广播节目在新媒体环境下的互动需求。

关键词：广播节目；新媒体环境；互动需求；发展
中图分类号：G222　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）06-093-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.06.028

■文 / 张　帆

1. 广播节目在新媒体环境下的互动需求现状

1.1 广播节目在新媒体环境下的互动需求的现状思考

随着新媒体时代的到来，广播节目的发展受到很多媒体的关注，广播节目要在新媒体环境下推陈出新，找到适合发展的方法，需要我们不断地努力和创新。那么我们最想要了解的就是广播节目在新媒体环境下的互动需求现状是什么。传统广播节目的传播途径和方式较少，对于和听众的互动也没有足够的重视，在新媒体环境下，近几年出现的微博、微信、网络电台等方式都为广播节目的发展提供了一个广阔的平台，媒体要尤其重视广播节目中与听众的互动需求，这是尤为关键的。在近几年的发展中，广播节目在新媒体环境下的互动逐渐提高了很多，仍有很多方面的不足，如广播节目没有内涵和深度，只是一味地追求潮流，没有足够重视听众的意见和需求，在与听众的互动中，只是以敷衍的态度进行，这导致广播媒体与听众间的连接是弱关系而不是强关系，这是值得我们深思和改进的。再如，网络电台受到很多年轻人的喜爱，但是由于网络安全管理等方面还不是很完善，优质内容不足，不少内容品质低下甚至低俗，无法培养起较高的用户忠诚度，那么在一定程度上，对于网络广播节目的互动需求也不存在现实意义。在新媒体环境下，如何使广播节目适应新媒体的环境，同时对于广播节目互动需求的提高和规范需要我们做进一步的努力和发展。

1.2 对广播节目在新媒体环境下互动需求的分析

我们要提高和规范广播节目在新媒体环境下的互动需求，首先要明白的是广播节目在新媒体环境下到底欠缺什么？广播节目的本质在于向听众传达各类新闻、消息等，是一个听众获得对外界认识的途径，在新媒体环境下，互动是新媒体传播的核心要求，只有符合了互动需求，才会满足听众的需求。随着互联网时代的不断发展，人们习惯了快节奏的生活，也习惯了碎片式的阅读方式，社会在不断发展，以后的发展趋势也会趋向于快速阅读，那么广播节目的发展是必定要适应这种趋势的，广播节目的优势在于它可以节省人们的时间，可以让人们以一个舒适的方式去了解新闻消息等，比如说人们可以在开车时，听自己感兴趣的广播，同时可以在微博、微信平台上发表自己的意见，与播音员、主持人进行互动，而不是主播的单向沟通，广播节目在新媒体环境下的互动由单向向双向发展，这是一个进步的过程。那么现在广播节目在互动方面上有哪些问题呢？首先就是广播节目没有内涵和深度，没有创新和吸引听众的元素，播音员与听众的互动缺少更多的平台，同时也缺少交流；其次，广播节目在体制上没有更多的创新和适应新媒体环境，还保持着传统的互动交流方式，这就是在新媒体环境下广播节目目前还欠缺的，只有清楚不足，才能更好地发展。因此，广播节目在新媒体环境下要适应时代的发展，扬长避短，推陈出新，对传统广播节目去其糟粕、取其精华，提高与听众的互动需求，让双向沟通成为广播节目在新媒体环境下的一种互动常态。

2. 广播节目在新媒体环境下的互动需求改革及发展

2.1 广播节目在新媒体环境下互动需求的发展特点

广播节目在新媒体环境下，它的发展道路必定是多元化的，那么，广播节目在新媒体的发展特点有哪些呢？首先，广播节目趋向于双向沟通的方式，以往传统的广播节目很多都是单向沟通，没有真正地了解和关注听众的想法，收听率也是一再不断地降低，比如说在以往的电台节目中，设置了播音员接听听众电话这一环节，虽然这是一个双向的过程，在我国的很多电台节目里却缺少实质性的交流，播音员只是按照节目设定的流程，完成任务，并不能真正地和听众交流，

并且不能为听众解决问题，或者作为一个广播节目没有在真正意义上进行广播。在新媒体时代的背景下，人们生活在一个信息时代，可以通过互联网查找自己感兴趣的信息，广播节目逐渐地发展，现在很多播音员或者主持人都有自己的微博，或者某一个广播节目都有自己的平台，听众可以在微博或者微信平台上给主持人提出建议或者自己感兴趣的话题，经过广播节目的整理以后，在接下来的节目中，都可以播出，这会让听众对广播节目越来越感兴趣。其次，在新媒体的环境下，人们的信息量越来越大，广播节目播出的话题逐渐大众化和追求潮流，内容变得浅显易懂，没有深度，靠生拉硬拽的笑话来提高收听率，这一发展特点让很多广播节目的收听率很低，广播不仅仅是播出听众感兴趣的内容，在一定程度上，必须有内涵，才能吸引听众，并且广播节目能在一定意义上为听众解决问题，这样才能更好地发展广播节目。最后，在广播节目的发展中，很多广播节目为了给节目拉赞助或者其他的利益，经常在广播节目里插播广告，这对听众来说，是不利于他们进行沟通的，从而也大大降低了沟通效率，广播节目必要控制广告的播放量，才能提高听众的收听率，提高广播节目整体的播出水平。综上所述，就是广播节目在新媒体环境下互动需求的发展特点，结合这些特点和不足，广播节目才能进一步地成长和发展。

2.2 广播节目在新媒体环境下互动需求的发展策略

广播节目在新媒体环境下如何打破传统模式的束缚，提升自己的创新能力，需要一定的发展策略来辅助。前面我们主要分析了广播节目在新媒体环境下的发展现状、发展特点和不足，针对这些存在的问题制定相对应的发展策略，来提升广播节目在各种媒体中的影响力。首先，广播节目要真正地做到在新媒体环境下脱颖而出，首先要进行内容上和体制上的改革，在内容上，可以选择社会上新鲜的话题和听众进行讨论，在题材方面，可以选取近期人们比较感兴趣的话题，例如共享单车不文明现象、各地民俗与节气、交通难题等，让听众们发表自己的意见，而广播节目可以结合当下的新闻热点，结合多方面的新闻报道，对某种事件进行正确的剖析和征求听众的意见，这样就在无形中形成了一种互动，通过这种互动，听众可以在闲暇时间里了解国内外的时事政治，也为听众们提供一个平台进行讨论，这比播出娱乐圈的各种不着实际的八卦新闻更加让听众喜爱。厦门旅游广播晚高峰节目《奔跑吧私家车》一年多来就尝试进行话题互动，单小时互动次数最高突破一万次，已经收到明显的传播效应。其次，在体制上要突破传统的拘束，比如说借鉴国外广播节目的创新之处，结合中国国内的发展现状，创新出带有中国特色的广播节目，广播节目可以由听众在微信或者 QQ 平台上选择播出，形式更加丰富多样，同时在广播节目中以适当的方式和听众进行有趣的互动。

3. 提高广播节目在新媒体环境下互动需求的意义

在互联网时代的不断发展中，人们身处在一个庞大的信息漩涡中，人们越来越倾向于用听觉获得信息，这样既可以充分利用时间，而且还可以让自己放松。广播节目在新媒体环境下不断地发展，形式也在不断地创新，这对于人们快节奏的生活来说，是一剂良药，可以让人们在工作或者学习之余，换个大脑思考问题，同时也可以了解社会的发展，不仅仅是这样，广播节目也为人们提供了一个平台，参与到很多社会问题的讨论当中，人们发表自己的见解，这种互动同时也会促进社会的发展，因此，提高广播节目在新媒体环境下的互动需求是十分必要的。另外，广播节目在新媒体环境下互动需求的提高，增强了个人与社会或者相关领域的联系，增强了社会公民的归属感，同时促进了广播事业的发展。

4. 结语

信息时代的到来，为人们带来了很多的便利，广播节目在新媒体环境下不断地发展，同时互动需求的不断提高，让听众真正参与到广播节目内容的讨论当中，促进了广播事业的不断发展。本文主要从广播节目在新媒体环境下互动需求的现状、发展特点、发展策略、发展的意义进行了总体的论述，希望能为广播事业提供借鉴意义，同时希望我国的广播事业发展得越来越好。媒

参考文献

[1] 刘金旭．中国广播艺术发展的新媒体策略及其品牌营销[D]. 湖南科技大学，2016.

[2] 刘琦．移动互联网时代下我国广播广告的创新策略研究[D]. 渤海大学，2015.

[3] 商越洋．专业性广播电台（频率）管理中存在问题与对策研究 [D]. 吉林大学，2014.

[4] 左艾甫．新媒体环境下我国广播电台改革与发展研究 [D]. 华中师范大学，2013.

（作者单位：厦门广播电视集团广播中心）